

FECS
2519

LA PUBLICIDAD Y EL MERCADO LABORAL

RITA CASTELLO

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CS. DE LA EDUCACION Y LA COM. SOCIAL

CARRERA: PUBLICIDAD

MATERIA: TALLER DE INVESTIGACION

PROFESOR: JUAN BAPTISTA GONZALEZ SABORIDO

INDICE

*

INTRODUCCION.....	3
-------------------	---

*PRIMERA PARTE

OPINION DE LOS FUTUROS PROFESIONALES

1. Breve introducción.....	6
2. Modelo de encuesta.....	7
3. Informe	10
4. Conclusiones	18

*SEGUNDA PARTE

OPINION DE LAS GRANDES AGENCIAS

5. Breve introducción.....	21
6. Guía de temas.....	22
7. Que opinan las grandes agencias de Publicidad.....	24

*TERCERA PARTE

CONCLUSIONES GENERALES.....	56
-----------------------------	----

* AGRADECIMIENTOS.....	59
------------------------	----

* BIBLIOGRAFIA	60
----------------------	----

* INTRODUCCION

Como jóvenes profesionales, nos intriga este tema que concierne tanto al presente como al futuro de esta carrera cuya importancia y valorización ha crecido notablemente en los últimos años.

El título universitario es ya un requisito y el mercado laboral es cada vez más exigente. Así surgen un sin fin de preguntas relacionadas con el tema del joven profesional y su inserción en el área laboral.

Las dificultades, los problemas, las ansiedades y los miedos de la futura generación de profesionales en publicidad, salen a relucir en este trabajo de investigación cuyo objetivo fundamental es informar sobre la situación actual en la que se encuentran los estudiantes avanzados de la Universidad del Salvador que están finalizando una etapa de formación universitaria e intentando comenzar una nueva etapa laboral.

El trabajo está dividido, principalmente, en dos secciones: la primera refleja las opiniones de los estudiantes de 4to, 5to y egresados de la Universidad del Salvador sobre la formación profesional recibida y su relación con la realidad laboral.

Para lograr esto, realizamos un trabajo de campo con encuestas para los estudiantes. La encuesta trataba dos temas fundamentales: la formación universitaria, en donde tratamos de investigar las aspiraciones, los temores y la capacidad adquirida para realizarse en un sistema cada vez más complejo, y el mercado laboral, donde se estudian las facilidades y dificultades que se presentan.

La segunda sección de nuestro trabajo de investigación trata las opiniones de las grandes agencias de Publicidad de la Argentina, en la cual tratamos de reflejar, a través de entrevistas personales, las pretensiones y exigencias de estos "veteranos" con respecto a los jóvenes profesionales.

Como conclusiones generales analizaremos ambas secciones y se informarán los resultados que reflejan la situación del mercado laboral actual de la publicidad.

PRIMERA PARTE

**OPINION DE LOS
FUTUROS PROFESIONALES**



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION

Con el objeto de conocer la opinión de los futuros profesionales en Publicidad, hemos encuestado a 50 estudiantes de la Universidad del Salvador correspondientes a los cursos de 4to, 5to año y recién egresados.

Creímos conveniente dividir a la encuesta en dos secciones: la primera relacionada con el tema de la educación y formación profesional llevada a cabo por la Universidad del Salvador. La segunda sección abarca todos los temas referentes al mercado laboral, facilidades o dificultades que se le imponen a los estudiantes de esta Institución.

La encuesta contiene, en su mayoría, preguntas abiertas para lograr una profundización en temas como visión del futuro, problemas de la educación y formación, dificultad en el mercado laboral, etc.

Para una mejor apreciación del tema, incluimos en esta parte un modelo de encuesta.